

② 15pg-CP-Rodriguez-

PIERRE BOURDIEU

# LA DISTINCIÓN

Criterios y bases sociales del gusto

Traducción  
de  
M<sup>a</sup>. DEL CARMEN RUIZ DE ELVIRA

*Madrid, taurus, 1979*





## LA ELECCION DE LO NECESARIO

La proposición fundamental que define el *habitus* como necesidad hecha virtud nunca se deja experimentar con tanta evidencia como en el caso de las clases populares, puesto que la necesidad abarca perfectamente, por lo que a ellas se refiere, todo lo que de ordinario da a entender esta palabra, esto es, la ineluctable privación de los bienes necesarios. La necesidad impone un gusto de necesidad que implica una forma de adaptación a la necesidad y, con ello, de aceptación de lo necesario, de resignación a lo inevitable, disposición profunda que de ninguna manera es incompatible con una intención revolucionaria, aun cuando siempre confiere a ésta una modalidad que no es la de las rebeliones intelectuales o de artistas. La clase social no se define sólo por una posición en las relaciones de producción, sino también por el *habitus* de clase que "normalmente" (es decir, con una fuerte probabilidad estadística) se encuentra asociado a esta posición<sup>1</sup>. Al proyectarse en su objeto hasta el punto de hacer pasar su relación con la condición obrera como la relación obrera con esta condición, haciendo como si bastara con ocupar por un momento —como observador o incluso como actor— la posición del obrero en las relaciones de producción para comprender lo que es la experiencia obrera de esta posición, los *narodniki* de todos los tiempos y de todos los países dan de la condición obrera una representación *estadísticamente improbable*, puesto que esta representación no es producto de la relación con esa condición que ordinariamente se encuentra asociada con la misma, precisamente en razón de los condicionamientos que ésta ejerce. No procede examinar si es verdadera o falsa la imagen insostenible del mundo obrero que produce el intelectual cuando, colocándose en la situación del obrero, sin tener un *habitus* de obrero, aprehende la condición obrera según unos esquemas de percepción y apreciación que no son los que los propios miembros de la clase obrera emplean para aprehenderla; dicha imagen es, verdadera-

<sup>1</sup> No es una casualidad que el olvido del *habitus* y de sus efectos sea común a todas las visiones burguesas del pueblo, tanto al pesimismo conservador que *naturaliza* las propiedades engendradas por las condiciones sociales, como al optimismo de la revolución idealista que ignora que la clase obrera está modelada por la necesidad, incluso hasta en la forma de su rebelión contra la necesidad.



mente, la experiencia que puede tener del mundo obrero un intelectual que entra de manera provisional y decisoria en la condición obrera, y puede llegar a ser cada vez menos improbable estadísticamente si, como comienza a ocurrir en la actualidad, llega a incrementarse el número de los que se encuentran proyectados a la condición obrera sin tener el *habitus* que es producto de los condicionamientos "normalmente" impuestos a los que están destinados a esta condición. El populismo nunca es otra cosa que la inversión de un etnocentrismo, y si las descripciones de la clase obrera y de la clase campesina oscilan casi siempre entre el miserabilismo y la exaltación milenarista, es porque hacen abstracción de la relación con la condición de clase que forma parte de una definición completa de esta condición, y porque es más difícil enunciar (lo que no supone necesariamente que se esté en condiciones de *experimentarla*) la relación *justa* con la condición que se describe que proyectar en la descripción su propia relación con esta condición —aunque sólo sea porque esta falsa identificación y la indignación que inspira sean en apariencia completamente legítimas<sup>2</sup>.

#### EL GUSTO DE NECESIDAD Y EL PRINCIPIO DE CONFORMIDAD

El efecto propio del gusto de necesidad, que no cesa de actuar, aunque de manera encubierta —debido al hecho de que su acción se confunde con la de la necesidad—, nunca se ve tan bien como en el caso en que, actuando de alguna manera a contra-tiempo, sobrevive a la desaparición de las condiciones de las que es producto: testigos esos artesanos o esos pequeños empresarios que, como ellos mismos dicen, "no saben gastar el dinero que han ganado", o esos pequeños empleados que, arrancados tardíamente a la condición campesina u obrera, encuentran una satisfacción equivalente a la que hubiera podido proporcionarles un bien o un servicio, en el hecho de calcular y saborear "lo que han ganado", eximiéndose de la obligación de recurrir a los mismos (privándose de utilizarlos o "haciendo ellos mismos el trabajo") pero que, por este motivo, no pueden, llegado el caso, recurrir a ellos sin experimentar el doloroso sentimiento de efectuar un despilfarro. No es bastante con tener un millón para estar en condiciones de llevar una vida de millonario; y los advenedizos tardan en general demasiado tiempo, a veces toda una vida, en aprender que lo que ellos consideran como una culpable prodigalidad forma parte, en su nueva condición, de los gastos de primera necesidad<sup>3</sup>. Se olvida, por ejemplo, que para *apreciar* "en su justo valor" los servicios completamente simbólicos que en muchas materias (hoteles, peluqueros, etcétera) constituyen lo esencial de la dife-

<sup>2</sup> ¿Hay necesidad de decir que no es suficiente haber nacido en estas clases para estar en condiciones de producir una representación exacta de su visión del mundo social? Aunque sólo sea porque la toma de distancia puede suponer o determinar unas relaciones con estas clases (tales como el proselitismo populista) tan radicalmente cerradas como la pura y simple distancia de los extraños con la clase.

<sup>3</sup> Norbert Eliás narra (de Taine) un gesto del duque de Richelieu que hace ver que el *arte de gastar sin contar*, por el que en el siglo xvii se marcaba la distancia entre el aristócrata y el burgués del ahorro y del beneficio, como hoy en día se marca la distancia entre el burgués y el pequeño-burgués, puede, en el caso límite de una clase cuya propia existencia depende de la *reproducción de su capital social*, ser objeto de un aprendizaje explícito: "El duque entrega a su hijo una bolsa con dinero para que el joven aprenda a gastarlo a la manera del gran señor: como el hijo le devuelve al padre la bolsa llena, este la coge y la tira, ante los ojos de su hijo, por la ventana." N. ELIAS, *La société de cour*, Paris, Calmann-Lévy, 1974, p. 48.

rencia entre los establecimientos de lujo y los establecimientos corrientes, es preciso sentirse como el destinatario legítimo de esos cuidados y de esas atenciones burocráticamente personalizadas y tener, con respecto a los que son pagados para ofrecerlos, la mezcla de distancia (de la que forma parte la concesión de "generosas" gratificaciones) y de libertad que los burgueses tienen con sus servidores. Para quien dude de que el hecho de "saber hacerse servir", como dice el discurso burgués, es uno de los componentes del arte de vivir burgués, basta con evocar a esos obreros o a esos pequeños empleados que, habiendo ido con motivo de alguna gran ocasión a un restaurante elegante, gastan bromas al *maitre* o a los camareros —que "en seguida ven con quién tienen que habérselas"—, intentando destruir simbólicamente la relación de servicio y conjurar así el malestar en que ésta les coloca. El obrero que ve en un escaparate un reloj de dos millones, o que oye que un cirujano ha gastado tres millones en la petición de mano de la novia de su hijo, no siente envidia por el reloj o por la petición de mano sino por los millones, con los que haría algo completamente distinto, no pudiendo concebir el sistema de necesidades en el que no habría nada mejor que comprar con dos millones que un reloj de ese precio<sup>4</sup>. Cuando "hay tantas cosas que son más importantes", como suele decirse, "hay que estar loco", efectivamente, para pensar en un reloj de dos millones. Pero nunca es realmente posible ponerse "en el lugar" de los que están situados en el otro extremo del mundo social. La locura de los unos es la necesidad primera de los otros. Y no sólo porque el valor marginal de esos dos millones varíe según el número de millones poseídos: muchos de los gastos de los denominados ostentosos no tienen nada que ver con el despilfarro, y además de ser obligados elementos de un cierto tren de vida, son casi siempre —como la recepción con motivo de la petición de mano— una excelente inversión, que permite acumular capital social.

Lo que la estadística registra bajo forma de *sistemas de necesidades* no es otra cosa que la coherencia de las elecciones de un *habitus*. Y la incapacidad para "gastar más" o para gastar de otra manera, es decir, para acceder al sistema de necesidades implicado en un nivel superior de recursos, es la mejor prueba de la imposibilidad de reducir la propensión a consumir a las capacidades de apropiación, o de reducir el *habitus* a las condiciones económicas puntualmente definidas (tales como, por ejemplo, se las aprehende en un nivel determinado de ingresos). Si todo lleva a creer en la existencia de una relación directa entre los ingresos y el consumo, ello obedece a que el gusto es casi siempre producto de condiciones

<sup>4</sup> Miles de razones —y en particular la separación física y social de los universos de vida— hacen que esas dos experiencias sean muy *improbables* (aunque las dos estén tomadas de la experiencia). El efecto, como apuntaba Marx, no sin cierta brutalidad, "lo que se ofrece a sus ojos, en calidad de cantidad, no depende sólo del estado actual del mundo, donde no tiene parte, sino también de su portamonedas y de su posición social, que debe a la división del trabajo y que quizá le vedan muchas cosas, por muy acaparadores que sean sus ojos y sus oídos" (K. MARX, *L'idéologie allemande*, Paris, Ed. sociales, 1968, p. 326). Salvo excepciones, los miembros de las clases populares "no tienen ni idea" de lo que puede ser el sistema de necesidades de las clases privilegiadas ni mucho menos de sus recursos, de los que tienen también un conocimiento muy abstracto y sin ninguna correspondencia con lo real. Por ejemplo, cuando se les interroga sobre "el precio medio de una buena comida en el barrio de los Campos Elíseos", el 13% de los obreros dicen no saberlo, el 35% lo sitúan entre 15 y 24 francos, el 22% entre 25 y 29, el 13% entre 30 y 39 y el 13% más allá de 50 francos —frente, respectivamente, al 2, 11, 20, 33 y 14% para los cuadros, los industriales y los miembros de profesiones liberales, proponiendo en los cuadros medios unas evaluaciones intermedias).

económicas idénticas a aquéllas en las que funciona, de suerte que es posible imputar a los ingresos una eficacia causal que no ejerce más que en asociación con el *habitus* que han producido. En realidad, la eficacia propia del *habitus* se ve bien cuando ingresos iguales se encuentran asociados con consumos muy diferentes, que sólo pueden entenderse si se supone la intervención de principios de selección diferentes.

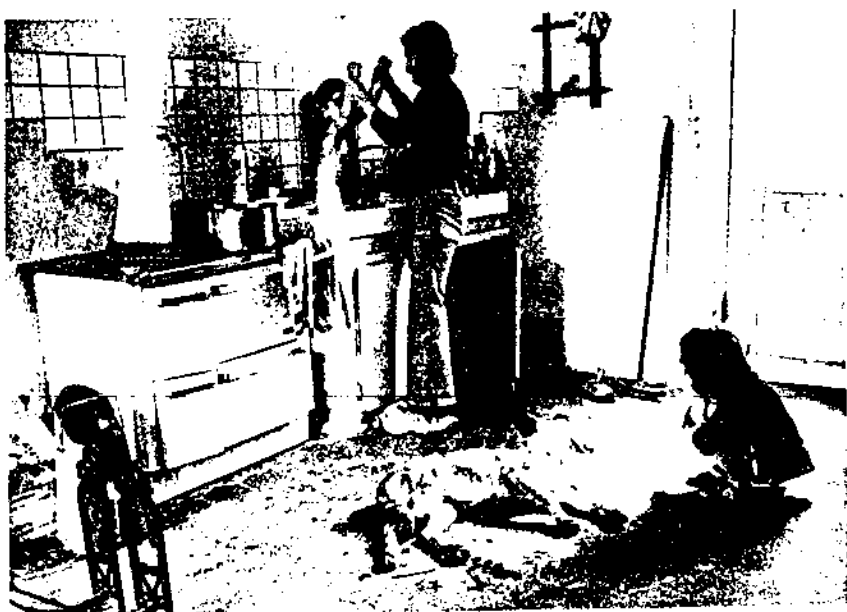
De esta forma, para unos ingresos medios por familia mucho más altos (34.581 francos frente a 25.716 francos), los capataces dedican a la alimentación una parte de sus gastos muy próxima a la de los obreros cualificados (el 35,4% frente al 38,3% en los obreros cualificados y el 30% en los cuadros medios), de suerte que el importe global de sus gastos en esta materia es igual al de los cuadros superiores (12.503 francos frente a 12.904 francos). Todo muestra, en efecto, que permanecen apegados a los valores populares del "buen comer" y sobre todo a la manera popular de realizar estos valores: en primer lugar, los consumos más característicos de la alimentación popular —féculas, cerdo, patatas, aves de corral— no sólo no disminuyen, sino que aumentan; en segundo lugar, los consumos caros, que los obreros tienen que limitar aunque para ellos sean el símbolo del "buen comer" —chacinería, vinos, café y sobre todo azúcar— (que disminuye fuertemente en las clases superiores), aumentan mucho, así como el de la mantequilla (444 francos frente a 365, mientras que disminuye el consumo de aceite); en tercer lugar, los consumos costosos, pero característicos del estilo de vida burgués, aumentan mucho menos claramente o no aumentan en absoluto: es el caso de la carne de vaca, de cordero, de oveja; del pescado, de los crustáceos, de los frutos agrios, etcétera; de igual modo, el consumo de hortalizas aumenta mucho más rápidamente que el de las frutas frescas, aumentando ambos mucho menos que el de la chacinería<sup>5</sup>.

Otro ejemplo: cuando se pasa de la banda de ingresos comprendida entre los 30.001 a 50.000 francos a la banda superior, las adquisiciones alimenticias de los cuadros superiores no se modifican en absoluto según la misma lógica que las de los obreros; si bien el consumo alimenticio aumenta en los dos casos (aumenta relativamente más en los cuadros superiores), los consumos en aumento son, en el orden en que se reseñan, en los cuadros superiores (en los que se incluyen los profesores y los ingenieros), los aperitivos, las comidas en restaurantes, las bebidas no alcohólicas, la carne de ovino, la pastelería, la carne de bovino, las frutas frescas, los pescados y crustáceos, el queso; y en los obreros, el cerdo, los aperitivos, el conejo, las frutas frescas, las legumbres, el pan y las hortalizas<sup>6</sup>.

El principio de las diferencias más importantes en el orden del estilo de vida y, más aún, de la "estilización de la vida", reside en las variaciones de la distancia objetiva y subjetiva con el mundo, con sus limitaciones materiales y con sus urgencias temporales. Igual que la disposición estética, que es una de sus dimensiones, la disposición distante, despegada o desenvuelta con respecto al mun-

<sup>5</sup> Dado que la proporción de los ingresos destinada a la alimentación se eleva fuertemente en valor absoluto, la proporción que corresponde a los otros gastos aumenta relativamente menos y la estructura de los gastos permanece casi igual a la de los obreros cualificados. Algunos consumos aumentan, sin embargo, de manera significativa (pequeños aparatos electrodomésticos, gastos de mantenimiento-reparación, peluquería-belleza, teléfono, libros-periódicos-espectáculos, gastos de instrucción escolar, gastos de vacaciones). (F. C., III.)

<sup>6</sup> C. ROY, "Les conditions de vie des ménages, exploitation triennale 1965-66-67", *Les collections de l'INSEE*, diciembre 1973, M. 30.



do o a los otros, disposición que apenas puede denominarse subjetiva puesto que es objetividad interiorizada, no puede constituirse más que en unas condiciones de existencia relativamente liberadas de la urgencia. La sumisión a la necesidad que, como se ha visto, inclina a las clases populares hacia una "estética" pragmática y funcionalista, rechazando la gratuidad y la futilidad de los ejercicios formales y de cualquier especie de arte por el arte, se encuentra también en la base de todas las elecciones de la existencia cotidiana y de un arte de vivir que impone la exclusión de las intenciones propiamente estéticas como si de "locuras" se tratase<sup>7</sup>. Así, los obreros, con mayor frecuencia que todas las demás clases, dicen que les gustan las viviendas claras y limpias<sup>8</sup>, fáciles de mantener, o los vestidos de calidad adecuada que en cualquier caso les asigna la necesidad económica. La elección doblemente prudente de una prenda de vestir que sea a la vez "sencilla" (se dice "vale para todo", "va con todo", etcétera), es decir, tan poco señalada y tan poco arriesgada como sea posible (se dice también "sin adornos inútiles", "práctica", etcétera), y "conveniente", esto es, barata y duradera a la vez, que pueda "ser utilizada al máximo" por el menor precio posible, se impone sin duda como la estrategia más razonable, dados, por una parte, el capital económico y el capital cultural (por no hablar del tiempo) que se puede invertir en la compra de tal prenda, y dados, por otra parte, los beneficios simbólicos que se pueden esperar de una tal inversión (al menos en el trabajo —a diferencia, por ejemplo, de los empleados).

Siempre más frecuente entre las mujeres que no trabajan fuera de casa (el 59% frente al 47%) y que nunca leen una publicación femenina, la proporción de las que dicen que "tienden más bien a no tener en cuenta la moda" claramente es mucho más alta en las mujeres de los artesanos o comerciantes, los agricultores y los obreros (62, 61 y 55%) que en las de los cuadros medios y en los cuadros superiores, miembros de profesiones liberales, grandes comerciantes o industriales (43%). De igual modo, la preocupación por "seguir la moda" es claramente mucho más alta en las mujeres de los cuadros medios o de los empleados, mientras que la elección de "lo que sea más práctico o más económico" (elección cuya frecuencia aumenta rotundamente con la edad y que es mucho más corriente en las mujeres que no trabajan fuera de casa que en las otras) corresponde más bien a las mujeres de agricultores, de artesanos o de comerciantes y de obreros (siendo las mujeres de las dos últimas categorías las más inclinadas a decir que se dejan guiar ante todo por el deseo de "agradar a sus maridos"). Por último, la elección de un vestuario "clásico" (con preferencia a "refinado", "no conformista" o "deportivo") que, como la elección del vestuario "más práctico y más económico", aumenta claramente con la edad y varía en razón inversa de la lectura de *Elle*, índice de una inversión en la investigación vestimentaria, se encuentra sobre todo

<sup>7</sup> Es sin duda el mismo "realismo" que conduce a excluir de la acción política o sindical todo lo que podría darle un aspecto puramente simbólico en los medios empleados (con todo lo que proporciona su marca a las manifestaciones típicamente estudiantiles) y, sobre todo, en los objetivos que intenta alcanzar.

<sup>8</sup> Los miembros de las clases populares, igual que los miembros de las etnias dominadas, pueden hacer cuestión de honor el desmentir la imagen que los dominantes se hacen de la clase a que aquéllos pertenecen. Es así como el culto popular por la limpieza, o por la honestidad —"pobres, pero honestos", se dice— debe sin duda algo —igual que algunas formas de la ostentación de la sobriedad— a la preocupación por rechazar el prejuicio burgués. E igual intención de *rehabilitación* se encuentra en la base del discurso con el que se esfuerzan por convencerse de que "lo que falta es el dinero" (y no el gusto), y de que "si se tuvieran los medios, se sabría comprar" (o "vestirse como es preciso").

en las mujeres de agricultores (67%) y de obreros (59%), mientras que las mujeres de la burguesía, que son las menos inclinadas a realizar esa elección (39%), son las más numerosas en elegir un vestuario "deportivo" o "refinado" (F. C., XLII). Otro testimonio de la débil inversión en materia de vestuario y de la baja propensión a invertir en la investigación estética en estas materias lo constituye el hecho de que sean relativamente numerosas las mujeres de las clases populares que compran sus vestidos en el mercado, por correspondencia o en los grandes almacenes "populares", mientras que las mujeres de la burguesía tienden a reservar sus compras a las *boutiques* y a los grandes almacenes elegantes (F. C., XLV). En el orden de la cosmética la lógica es la misma, y las encuestas de mercado, abundantes sobre este tema, coinciden todas en mostrar que las mujeres de las clases populares reducen al mínimo los gastos en productos y en cuidados de belleza (cuya importancia aumenta muchísimo conforme se va de los agricultores a los obreros, a los artesanos y comerciantes, a los cuadros medios y a los cuadros superiores); así, dichas mujeres representan el grado cero del maquillaje, cuya complejidad (sólo rojo de labios; rojo de labios y maquillaje de fondo; rojo de labios, maquillaje de fondo y productos para las pestañas; rojo de labios, maquillaje de fondo, productos para las pestañas y para las cejas), coste en dinero y *sobre todo en tiempo* aumenta a medida que se sube en la jerarquía social (según el mismo orden que se acaba de reseñar), al menos hasta el nivel de los empleados y de los cuadros medios.

De este modo, aunque pueda parecer que se deducen directamente de las condiciones objetivas, puesto que aseguran una economía de dinero, de tiempo y de esfuerzos en cualquier caso poco rentables, las prácticas populares tienen como principio la *elección de lo necesario* ("esto no es para nosotros"), en el sentido, al mismo tiempo, de lo que es técnicamente necesario, "práctico" (o, en otro lenguaje, funcional), es decir, necesario para ser "como hay que ser, sin más", y de lo que viene impuesto por una necesidad económica y social que condena a la gente "sencilla" y "modesta" a unos gustos "sencillos" y "modestos". El ajuste de las posibilidades objetivas, que está inscrito en las disposiciones constitutivas del *habitus*, se encuentra en la base de todas las elecciones realistas que, fundadas en la *renuncia a unos beneficios simbólicos* de cualquier manera inaccesibles, reducen las prácticas o los objetos a su función técnica —corte de pelo "aseado", "vestido completamente sencillo", muebles "fuertes", etcétera. De esta forma, nada es más ajeno a las mujeres de las clases populares que la idea, típicamente burguesa, de hacer de todos los objetos de su vivienda ocasión para una elección estética, de llevar hasta el cuarto de baño o la cocina, lugares estrictamente definidos por su función, la intención de armonía o de belleza, o incluso de hacer intervenir unos criterios propiamente estéticos en la elección de una cacerola o de un armario. Las comidas o los vestidos de fiesta se oponen a la ropa y a las comidas de todos los días mediante la arbitrariedad de una supresión de convenciones —"hace falta lo que hace falta", "hay que hacer bien las cosas"—, de la misma manera que los lugares socialmente designados para ser "decorados" —salón, comedor o *living*— se oponen a los lugares cotidianos, es decir, según una antítesis que es casi la misma de lo "decorativo" y de lo "práctico", y se les decora según unas convenciones establecidas (figuritas y cacharros en la chimenea, cuadros populares encima del aparador, flores del tiempo sobre la mesa), sin que ninguna de estas obligadas elecciones suponga algún tipo de interrogación o investigación. Este convencionalismo, que es el de la fotografía popular, apegado a fijar según las convenciones unas posturas

convencionales<sup>9</sup>, está en el polo opuesto del formalismo burgués, y de todas las formas de arte por el arte que predicán los manuales de mundología y las revistas femeninas: arte de recibir, arte de la mesa, arte de ser madre. Además de asegurar una forma de seguridad mínima en un universo donde no se dispone de casi ninguna *seguridad*, la elección de "hacer lo que hay que hacer" o lo que "se hace" (los vendedores de bienes domésticos saben el poder que ejerce el "esto se hace" sobre la inseguridad popular) se inscribe naturalmente en una economía de las prácticas fundada en la búsqueda de lo "práctico" y el rechazo de las "maneras" y de lo "afectado"<sup>10</sup>. Y las mismas elecciones que, desde el punto de vista de las normas dominantes, aparecen como las más "irracionales" tienen como fundamento el gusto de necesidad —con el efecto, por supuesto, totalmente negativo de la falta de información y de competencia específica que resulta de la falta de capital cultural: por ejemplo, el gusto por los colgantes de fantasía y por las llamativas baratijas que pueblan "salones" y "entradas" de chucherías y cacharros de feria se inspira en una intención desconocida por los economistas y por los estetas ordinarios, a saber, la intención de obtener al menor costo el máximo de "efecto" ("esto causará mucho efecto"), fórmula que, para el gusto burgués, es la definición misma de la vulgaridad (al ser una de las intenciones de la distinción la de sugerir, con la menor cantidad de efectos posible, el mayor gasto de tiempo, de dinero y de ingenio). ¿Qué otra cosa es el relumbrón y la pacotilla sino aquello que hace mucho efecto por poco valor, esto es, las "locuras" que uno puede concederse sólo en cuanto que puede decirse que "se las ha comprado por nada"? Los vendedores ambulantes y los especialistas en promoción de ventas saben bien que tienen que llegar a retirar los frenos y las censuras que impiden el derroche, haciendo aparecer como "buenos negocios" los consumos prohibidos: el canapé depreciado del que uno se esfuerza por olvidar el color para convencerse, no teniendo en cuenta más que el precio, que es exactamente el que uno soñaba desde hace mucho tiempo "para ponerlo delante de la televisión", o el inutilizable vestido de nylon que se acaba comprando porque estaba de rebajas aunque se había "jurado no llevar nylon nunca más".

Y si aún fuera necesario probar que la resignación ante la necesidad es la base del gusto de necesidad, bastaría con evocar el derroche de tiempo y de energía que lleva consigo la negativa a someter la gestión cotidiana de los asuntos domésticos a las reglas del cálculo racional y de principios de vida formales ("un lugar para cada cosa", "cada cosa a su tiempo", etcétera) y que sólo en apariencia se opone a la negativa a dedicar tiempo y cuidados a la salud ("escucharse") o a la belleza ("arreglarse"): en efecto, en estas dos características de su estilo de vida, las mujeres, doblemente dominadas, de las clases populares testimonian que no reconocen el suficiente valor a su trabajo o a su tiempo, las únicas cosas que pueden gastar (y *dur*) sin cuento, como para preocuparse de administrarlos y economizarlos o, si se prefiere, que *no se estiman a sí mismas lo suficiente* (tienen, por otra parte, poco valor en el mercado de trabajo, a diferencia de la fuerza de trabajo cualificada y del cuerpo cultivado de las mujeres de la burguesía) como para concederse unas consideraciones y una atención que no se dan sin algún tipo de *complacencia*, y consentir

<sup>9</sup> Véase P. BOURDIEU, *Un art moyen*, París, Éditions de Minuit, 1965, pp. 54-64.

<sup>10</sup> Véase Y. DELSAUT, "L'économie du langage populaire", *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1975, pp. 33-40.

a sus cuerpos esos cuidados, esos desvelos, esas tentaciones de todos los momentos que son necesarios para asegurarles o conservarles la salud, la delgadez, la belleza<sup>11</sup>.

Todo un conjunto de índices convergentes tiende a mostrar que las mujeres de las clases populares conceden menos *valor* y menos *interés* a su cuerpo que las mujeres de las otras clases: por ejemplo, el 40,2% de las mujeres de agricultores y el 36,0% de las mujeres de obreros se estiman por debajo de la media con respecto a la belleza, frente al 24,2% de las mujeres de la clase dominante y al 33,2% de las mujeres de las clases medias; el 13,0% y el 14,0% respectivamente frente al 10,1% y al 7,6% dicen parecer mayores de la edad que tienen; y las mujeres de las clases populares se atribuyen casi siempre unas notas inferiores (salvo para el cutis, la nariz y las manos) a las de las mujeres de las demás clases. Por otra parte, conceden menos valor a la belleza y dedican sistemáticamente menos tiempo, menos dinero y menos interés a todos los cuidados del cuerpo (F. C., XLIV).

Las llamadas al orden ("¿por quién se toma ella?", "eso no es para gente como nosotros") en las que se enuncia el *principio de conformidad*, única norma explícita del gusto popular, y que apuntan a alentar las elecciones "razonables" impuestas en todo caso por las condiciones objetivas, encierran además una llamada de atención contra la ambición de distinguirse identificándose a otros grupos, es decir, una llamada a la solidaridad de condición. Y la distancia entre las prácticas y las preferencias culturales de las diferentes clases obedece, en una parte muy importante, al hecho de que las probabilidades de encontrar en su entorno el "mercado" donde las experiencias culturales y los discursos a que dan lugar pueden encontrar valor varían aproximadamente como lo hacen las probabilidades de tener esas experiencias y contribuyen sin duda, en parte, a determinarlas: el poco interés que los miembros de las clases populares manifiestan por las obras de la cultura legítima a las que podrían tener acceso—sobre todo por la televisión—no es sólo efecto de una falta de competencia y familiaridad; de la misma manera que los temas reputados como vulgares, como la televisión, son desterrados de la conversación burguesa (F. C., VI), los temas por excelencia de la conversación burguesa—exposiciones, teatro, conciertos o incluso cine—se ven excluidos, de hecho y de derecho, de la conversación popular, en la que no podrían expresar otra cosa que la pretensión de distinguirse. La más implacable llamada al orden, que bastaría sin duda para explicar el extraordinario *realismo* de las clases populares, está constituida indudablemente por el efecto de enclaustramiento que ejerce la homogeneidad del universo social directamente experimentado: no hay otro lenguaje posible, no existe otro estilo de vida, no existen otras relaciones de parentesco. El universo de los posibles es cerrado. Las expectativas de los otros constituyen otros tantos re- fuerzos de las disposiciones impuestas por las condiciones objetivas.

El ritual de las prácticas y de las conversaciones, que puede ir hasta el estereotipo, por una parte es un efecto de la rigurosísima aplicación del principio de conformidad: un hombre de edad madura que va de visita debe aceptar beber cualquier cosa; de modo parecido, una mujer de edad madura que se vistiera demasiado corta para su edad sería severamente, incluso cruelmente, sancionada (por medio de pullas, de bromas a sus espaldas, etcétera). Mientras que grandes

diferencias de clase a clase pasan desapercibidas y en cualquier caso son muy bien toleradas ("es un original", "no es como nosotros"), porque aparecen como fundadas en unas diferencias de naturaleza (de la mujer del médico se dirá que "está hecha para vestir bien"), no se pasa la menor desviación, la menor extravagancia a los miembros de la propia clase (o a los que son originarios de la misma), porque la diferencia en este caso sólo puede tener como fundamento la voluntad de distinguirse, esto es, el rechazo o la negación del grupo (así se otorga un juicio anticipado favorable al hijo de burgués que rompe con su familia, mientras que se condena al hijo de obrero que hace otro tanto)<sup>12</sup>.

Si cualquier especie de "pretensión" en materia de cultura, de lenguaje o de indumentaria está especialmente vedada a los hombres, esto no es sólo porque la búsqueda estética, sobre todo en materia de cosmética y de vestuario, esté reservada a las mujeres por una representación más estricta que en ninguna otra clase de la división del trabajo entre los sexos y de la moral sexual<sup>13</sup>, o porque está asociada, de manera más o menos confusa, a unas disposiciones y a unas maneras consideradas como características de los burgueses ("los amaneramientos", "las maneras", etcétera) o de aquellos que están dispuestos a someterse a sus exigencias para hacerse admitir por ellos y de los que los "lacayos" o los "pederastas" de la injuria ordinaria representan el límite; es también porque la sumisión a unas exigencias percibidas al mismo tiempo como femeninas y burguesas aparece de alguna manera como el índice de una doble negación de la virilidad, de una doble sumisión que el lenguaje ordinario, que piensa naturalmente cualquier tipo de dominación en la lógica y el léxico de la dominación sexual, está predisposto para expresar.

No es sólo en pensamiento donde la oposición entre las clases populares y la clase dominante (y muy en especial las fracciones dominadas de esta última) se organiza por analogía con la oposición entre lo masculino y lo femenino, esto es, según las categorías de lo fuerte y de lo débil, de lo graso-grueso (de los alimentos pero también de las bromas) y de lo magro-flaco (o de lo fino), etcétera. Así, en materia de alimentación, las clases populares (y más, sin duda, los hombres que las mujeres) se oponen a las otras clases del mismo modo que los hombres se oponen

<sup>12</sup> Por el hecho de que lo que se reprueba no es la diferencia sino la intención evidente de desmarcarse, se acepta tanto mejor la diferencia "natural" que define al burgués, cuya "simplicidad" atestigüa que no es producto de una intención negativa de distinción. La diferencia sólo es percibida y denunciada en tanto que tal por los formados política y sindicalmente, por aquellos de los que los demás dicen "hacen política", sobreentendiéndose "es alguien no acomodaticio", "alguien incómodo", "alguien que no deja pasar nada". Es fácil ver el partido que las estrategias de condescendencia de todas las formas de paternalismo pueden obtener de estas disposiciones.

<sup>13</sup> Todo un conjunto de índices tiende a demostrar que las clases populares permanecen apegadas a una moral más rigorista para todo lo que afecta a la sexualidad y a la división del trabajo entre los sexos. Así, en materia de vestuario, las clases populares, que, sin duda por razones funcionales, admiten de buena gana el pantalón para el trabajo, lo rechazan mucho más a menudo que las demás clases para la casa y para salir; de igual modo, desapruaban siempre con energía las minifaldas—y sobre todo para el trabajo y las salidas—(Sondages, n.º 1, 1968, p. 79). Los obreros y, sobre todo, los agricultores están menos inclinados (34 y 53,2%) a decir que no conceden ninguna importancia a la virginidad que los cuadros medios (57%) y los cuadros superiores (59%); la proporción de los que estiman bastante o muy importante el lugar del amor físico en la vida aumenta ligeramente cuando se sube de la jerarquía social; a la inversa, la proporción de los que dicen no haber amado más que a una persona en su vida disminuye cuando también se sube, así como la proporción de los que dicen que no se puede amar a dos personas a la vez, o que el amor aporta ante todo ternura (más bien, por ejemplo, que placer físico), o que el erotismo y la infidelidad matan el amor (F. C., XLVI).

<sup>11</sup> Aquí se encontraría el principio de la imagen que las mujeres de las clases populares se fabrican de las reivindicaciones feministas.



a las mujeres: se observa, por ejemplo, que los cuadros superiores toman leche todos los días en el desayuno en mucho mayor número que todas las demás clases, con excepción de los agricultores (el 59% frente al 42% de los obreros), de igual modo que son más las mujeres en su conjunto que toman este tipo de desayuno que los hombres que lo hacen; igual ocurre con el chocolate (el 12% frente al 5% de los obreros y el 5% de los agricultores, siendo nula en este caso la diferencia entre los sexos), y con el té, bebida típicamente burguesa y femenina (el 27% frente al 3% de los obreros y el 4% de los agricultores). Pero las clases populares se distinguen sobre todo por el lugar que conceden, en su desayuno, a los alimentos *salados y sustanciosos*, netamente masculinos, como la sopa, casi exclusivamente consumida por los campesinos, o la *carne* (el 46% de los agricultores y el 17% de los obreros frente al 6% de los cuadros superiores dicen comerla por lo menos de cuando en cuando) y el *queso*, mientras que los cuadros superiores y los miembros de profesiones liberales suben claramente al primer puesto (el 40% dicen consumirlos todos los días frente al 29% de los agricultores y el 11% de los obreros) respecto a los alimentos *dulces y azucarados*, como la mermelada y la miel, por lo demás netamente femeninas (solamente el 38% de los hombres dicen tomarlas por lo menos de cuando en cuando frente al 63% de las mujeres, F. C., XLVIII)<sup>14</sup>. Se sabe, por otra parte, que el conjunto de las diferencias socialmente constituidas entre los sexos tiende a debilitarse conforme se sube en la jerarquía social y sobre todo cuando se va hacia las fracciones dominadas de la clase dominante, en las que las mujeres tienden a atribuirse las prerrogativas más típicamente masculinas, como pueden ser la lectura de los periódicos denominados de opinión y el interés por la política, mientras que los hombres no dudan en afirmar unos intereses y unas disposiciones, en materia de gustos por ejemplo, que en otras clases les expondrían a pasar por "afeminados"<sup>15</sup>.

Antes de invocar un efecto de inercia cultural o de "retraso cultural", por aplicación de un esquema evolucionista que permite a los dominantes percibir su manera de ser o de hacer como el deber-ser realizado, habría que preguntarse si la valorización popular de la *fuerza física* como dimensión fundamental de la virilidad<sup>16</sup> y de todo lo que la produce y la sostiene, como los alimentos y las bebidas

<sup>14</sup> La misma oposición se encontró en una encuesta más antigua en la que la proporción acumulada de los que comían alimentos salados (huevos, jamón, salchichón, *pâté* o queso) en el desayuno disminuía cuando se va de los agricultores a los obreros, a los empleados y a los cuadros superiores, mientras que la proporción de los que comían productos azucarados (mermelada, miel o fruta) varía en razón inversa (véase H. GOURNELLE y A. SZAKVARY, "Enquête sur le petit déjeuner en France", *Annales d'hygiène de langue française*, T. 3, n.º 2, mayo-junio 1967, p. 28).

<sup>15</sup> Puede imputarse, sin duda, en parte a la mayor tolerancia con respecto a las infracciones de la norma de la división del trabajo entre los sexos el hecho de que la proporción de homosexuales conocidos y reconocidos como tales aumente muy fuertemente a medida que se sube en la jerarquía social (y también a medida que aumenta el tamaño de las aglomeraciones residenciales): la proporción de las personas interrogadas que dicen "conocer algunos homosexuales en su entorno" pasa del 10% en los agricultores al 16% en los obreros, 22% en los pequeños comerciantes y artesanos, 25% en los cuadros medios y empleados y 37% en los industriales, cuadros superiores, miembros de profesiones liberales y grandes comerciantes; dicha proporción pasa del 10% en las localidades con menos de 2.000 habitantes al 38% en la aglomeración parisiense. (F. C., XLVII.)

<sup>16</sup> La referencia a la división del trabajo entre los sexos que connota la representación de la identidad personal o colectiva (en el caso, por ejemplo, en que un obrero, teniendo que clasificar las profesiones, coloca en la misma clase a todas las profesiones no manuales, diciendo: "Todos son unos maricones!") evoca menos la dimensión propiamente sexual de la práctica que las virtudes y capacidades asociadas por estatus a los dos sexos, esto es, la fuerza o la debilidad, el valor o la cobardía, más que la potencia o la impotencia, la actividad o la pasividad.



"El benajacqués adoptivo François Bruat va a defender esta tarde en Nay su título de campeón de Francia del mayor tragón de judías blancas (2,7 kilos en un cuarto de hora). Henri Boiramé, el palés, ¿será este año su contrincante?

Anunciados como los boxeadores, con la servilleta atada al cuello, se arrojan rápidamente sobre sus platos humeantes llenos de judías blancas con tocino, delante de un público de *ring* de barrio...

Y ¡venga, que te como! Una cuchara por Verlaine, una por Rimbaud, una por Simin Palay...

Hipaba, resoplaba, masticaba y requetemasticaba las judías...

Y venga, que te traigan otro pla-

to... volvía a pedir el público, animando a su favorito François Bruat de Bénajacq, campeón titular de Francia. Una especie de Raymond Poulidor de la comida —el imbatible en la contrarreloj— que se volvía hacia sus seguidores cada 500 gramos. ¡Un verdadero tragón, el bribón!

¡Dos mandíbulas y un enorme vientre así de grande!

Y unas actitudes de contrincante de catch entre plato y plato, para desanimar a los adversarios.

Y todavía una tercera ración. ¡Toma ya!, ¡para que aprendas!

(La République des Pyrénées, julio 1978)

"fuertes", tanto en su sustancia como en su sabor, o los trabajos y ejercicios que requieren fuerza, no mantiene una relación inteligible con el hecho de que la clase campesina y la clase obrera tengan en común el depender de una fuerza de trabajo que las leyes de la reproducción cultural y del mercado de trabajo reducen, más que para ninguna otra clase, a la fuerza muscular<sup>17</sup>; sin olvidar el hecho de que una clase que, como la clase obrera, sólo es rica en su fuerza de trabajo no puede oponer nada frente a las otras clases, fuera de la suspensión de esa fuerza, que no sea su fuerza de combate, que depende de la fuerza y de la energía física de sus miembros y también de su número, es decir, de su conciencia y de su solidaridad o, si se prefiere, de la conciencia de su solidaridad.

Esto quiere decir que sería equivocado ignorar el efecto propiamente político de la acción de moralización (o de desmoralización) que se ejerce por medio de todos los vehículos de la nueva moral terapéutica (revistas femeninas, semanarios, emisiones radiofónicas, etcétera). Como lo demuestra el caso límite de los campesinos, a los que la imposición del estilo de vida dominante y de la representación legítima del cuerpo ha atacado en sus específicas condiciones de reproducción (con el celibato de los cabezas de las explotaciones agrícolas), y en su propia existencia como clase capaz de definir ella misma los principios de su identidad, es sin duda uno de los últimos refugios de la autonomía de las clases dominadas, de su capacidad de producir ellas mismas su propia representación del hombre consumado y del mundo social que amenazan todas las veces que se pone en tela de juicio la adhesión de los miembros de la clase obrera a los valores de la virilidad que constituyen una de las formas más autónomas de su propia afirmación como clase. Y los principios más fundamentales de la identidad y de la unidad de la clase, los que residen en el *inconsciente*, se verían afectados, en efecto, si sobre ese punto decisivo que es la relación con el propio cuerpo llegase a suceder que la clase dominada no se captara como clase si no fuera por la mirada de los dominantes, es decir, por referencia a la definición dominante del cuerpo y de sus usos. Dicho esto, en este terreno, como en tantos otros igual de importantes, que no están constituidos políticamente, cualquier resistencia colectiva al efecto de imposición no puede, por descontado, conducir ni a constituir como valor las propiedades negativamente evaluadas por la taxonomía dominante (según la estrategia del *black is beautiful*) ni a crear nuevas propiedades positivamente evaluadas. No queda, pues, a los dominados otra alternativa que la de la fidelidad a sí mismos y a su grupo (expuesta siempre a la recaída en la vergüenza de sí) y del esfuerzo individual para asimilarse el ideal dominante que es todo lo contrario de la propia ambición de una recuperación colectiva de la identidad social (del tipo de la que persigue la rebelión colectiva de las feministas norteamericanas cuando predica el *natural look*).

#### LOS EFECTOS DE LA DOMINACIÓN

La adaptación a una posición dominada implica una forma de aceptación de la dominación. Los efectos de movilización política en sí misma no son suficientes

<sup>17</sup> Este hecho se hace patente, de forma concreta, recordando la rápida devaluación de la fuerza de trabajo que acompaña al envejecimiento.

para contrarrestar por completo los efectos de la inevitable dependencia de la estima de sí con respecto a los signos del valor social que son el estatus profesional y el salario, legitimados de antemano por la sanción del mercado escolar. Sería fácil enumerar las características del estilo de vida de las clases dominadas que encierran, a través del sentimiento de incompetencia, de fracaso o de indignidad cultural, una forma de reconocimiento de los valores dominantes. Fue Gramsci quien, en alguna parte, dijo que el obrero tiene tendencia a transportar a todos los campos sus disposiciones de ejecutante. Tanto como por la ausencia de todos los consumos de lujo —whisky o cuadros, champán o conciertos, cruceros o exposiciones de arte, caviar o antigüedades—, el estilo de vida de las clases populares se caracteriza por la presencia de *sustitutivos en rebaja* de muchos de esos bienes especiales —espumosos en lugar de champán, *sky* en lugar de cuero, litografías en lugar de pinturas—, índices de una carencia en segundo grado que se deja imponer la definición de los bienes dignos de ser poseídos. Con los productos culturales de gran difusión —músicas cuyas estructuras simples y repetitivas requieren una participación pasiva y ausente, diversiones prefabricadas que los nuevos ingenieros de la producción cultural en gran serie conciben en honor de los telespectadores, y, sobre todo, espectáculos deportivos que establecen una separación reconocida entre los profanos y los profesionales, virtuosos de una técnica esotérica o "superhombres" con capacidades fuera de lo común—, la carencia de la intención misma de formular sus propios fines va acompañada de una forma más insidiosa de reconocimiento de la privación. La crítica de la producción cultural de masa —de la que Adorno hace tiempo que ha suministrado la fórmula al establecer una *analogía directa e ingenua* entre la propia forma y los usos de las músicas de gran difusión y el mundo del trabajo alienado, y que debe, sin duda, lo esencial de su credibilidad, como cierta crítica del deporte al hecho de que permite expresar en la impecabilidad populista una nostalgia y una repulsión de aficionado— ha enmascarado, en efecto, lo esencial<sup>18</sup>: no es sólo en los campos de la música o del deporte en los que los hombres ordinarios se ven reducidos al papel del *fan*, límite caricaturesco del *militante*, destinado a una participación apasionada —a veces hasta chauvinista— pero pasiva y ficticia, que no es otra cosa que la ilusoria compensación de la privación en beneficio de los expertos. Lo que la relación con los productos culturales de "masa" (y, *a fortiori*, de élite) reproduce, reactiva y refuerza no es la monotonía de la cadena o de la oficina, sino la *relación social* que se encuentra en la base de la experiencia obrera del mundo y que hace que el trabajo y el producto del trabajo, *opus proprium*, se presenten ante el trabajador como *opus alienum*. Y la privación nunca es totalmente desconocida, luego tácitamente reconocida, como cuando, con el progreso de la automatización, la privación económica va acompañada de la privación cultural que proporciona a la primera su mejor justificación aparente. Al no poseer el capital cultural incorporado que es la condición de la apropiación adecuada

<sup>18</sup> Véase T. W. ADORNO, "On Popular Music", *Studies in Philosophy and Social Sciences*, 9, 1941. Sería fácil demostrar, por ejemplo, que la música más legítima es objeto, mediante el disco y la radio, de usos no menos pasivos e intermitentes que las músicas "populares", sin estar desacreditada por ello y sin que se le imputen los alienantes efectos que se atribuyen a la música popular. En cuanto al carácter repetitivo de la forma, éste alcanza un máximo en el canto gregoriano (altamente valorado, en embargo) o en muchas de las músicas medievales cultivadas actualmente, así como en tantas obras musicales de *divertimento* de los siglos XVII y XVIII, concebidas, por otra parte, para ser consumidas también "como fondo sonoro".



(según la definición legítima) del capital cultural objetivado en los objetos técnicos, los trabajadores ordinarios están dominados por las máquinas y por los instrumentos a los que sirven más que de los que se sirven, y por los que poseen los medios legítimos, es decir, *teóricos* para dominarlos. Tanto en la fábrica como en la escuela, que enseña el respeto a los conocimientos inútiles y desinteresados y que establece unas relaciones investidas de la autoridad "natural" de la razón científica y pedagógica entre unos individuos y unas actividades *solidariamente jerarquizados*, los trabajadores se topan con la cultura legítima como con un *principio de orden* que no tiene necesidad de demostrar su utilidad práctica para resultar justificado. La experiencia que los más privados de capital cultural pueden tener de las obras de la cultura legítima (o incluso de muchos de los espectáculos prefabricados que les ofrece la industria del *show business*) no es más que una de las formas de una experiencia más fundamental y más corriente, la de la separación tajante entre las habilidades prácticas, parciales y tácticas, y los conocimientos teóricos, sistemáticos y explícitos (que tiende a reproducirse incluso en el terreno de la política), entre la ciencia y la técnica, la teoría y la práctica, la "concepción" y la "ejecución", el "intelectual" o el "creador", que da su propio nombre a una obra "original" y "personal" y se atribuye así la propiedad de la misma, y el "manual", simple servidor de una intención que le supera, ejecutante desposeído del pensamiento de su propia práctica<sup>19</sup>.

El sistema de enseñanza, operador institucionalizado de enclasmientos —que es a su vez un sistema de enclasmiento objetivado que reproduce, bajo una forma transformada, las jerarquías del mundo social, con sus segmentaciones según unos "niveles" correspondientes a unos estratos sociales, y sus divisiones en especialidades y en disciplinas, que reflejan hasta el infinito unas divisiones sociales, como la oposición entre teoría y práctica, concepción y ejecución— transforma, en una aparente neutralidad total, unos enclasmientos sociales en enclasmientos escolares y establece unas jerarquías que no son vividas como puramente técnicas, luego parciales y unilaterales, sino como unas jerarquías totales, fundadas naturalmente, llevando así a identificar el valor social y el valor "personal", las dignidades académicas y la dignidad humana. La "cultura" que se supone garantiza la titulación académica es uno de los componentes fundamentales de lo que hace al hombre consumado en su definición dominante, de suerte que la privación se percibe como una mutilación esencial, que alcanza a la persona en su identidad y en su dignidad de hombre, condenando al silencio en todas las situaciones oficiales, en las que es preciso "aparecer en público", mostrarse ante los otros, con su propio cuerpo, sus propias maneras, su propio lenguaje<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> "En *Sud-Ouest Dimanche*, del 8 de agosto, figura una fotografía de un Renault 5 transformado en *cabriolet* de cuatro plazas. Un artículo subtítuloado 'Cuando un carrocerero y un modista se unen para vestir a un automóvil' presenta al carrocerero Lohr como autor de este último. Lo que no es en absoluto el caso. Soy yo quien he concebido esa versión del vehículo, quien lo he dibujado para Cacharel y quien conserva su *propiedad artística*. He velado *personalmente* por su *realización* en el taller del carrocerero, que sólo ha desempeñado un papel técnico. Hubiera estado mucho más conforme con la realidad si se hubiera subtítuloado: 'Cuando un artista y un modista se unen para transformar un automóvil' " (*Correo de los lectores, Sud-Ouest Dimanche*, 22 de agosto de 1976).

<sup>20</sup> Por eso, ese campesino bearnés que, para explicar por qué no había pensado en ser alcalde a pesar de haber obtenido el número más alto de votos en las elecciones municipales, respondía: "¡Pero es que yo no sé hablar!"

**Tabla 26—Variaciones de la conciencia de los factores sociales del éxito escolar y social**

	La continuación de los estudios depende de			El éxito en la vida depende de				
	NC	inteligencia social	medio	NC	conciencia profes.	medio social	inteligencia	instrucción
agricultores	6	65	29	—	51	13	21	15
obreros	3	55	42	2	48	11	19	20
artesanos	1	74	25	—	45	9	35	11
comerciantes	4	45	21	2	34	18	28	18
cuadros medios	4	52	44	5	34	18	35	8
cuadros superiores								

Fuente: SOFRES, enero 1971.

**Tabla 27—Variaciones de la representación de los medios de reducir la desigualdad**

El mejor medio de reducir la desigualdad de oportunidades entre los jóvenes franceses:					
	agricultores	obreros	patrones	empl. cuadros medios	cuadros sup. profesiones liberales
reformular profundamente el sist. de herencia	—	3	—	1	6
democratizar completamente la enseñanza	10,5	16,5	—	25	29,5
aumentar los beneficios sociales para los más desfavorecidos	38	50,5	71	49	23,5
nacionalizar las empresas privadas	—	4	—	3,5	—
aumentar la prosperidad de la economía nacional	24	20	8	18	38
sin opinión	27,5	6	21	3,5	3

Fuente: SOFRES 1970.

La conciencia de los efectos del medio social es particularmente baja en los artesanos y los comerciantes, los agricultores y los obreros, mientras que en los cuadros superiores el reconocimiento de estos efectos no excluye la adhesión a las virtudes de la inteligencia<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Todo parece indicar que, para que las clases populares reconocieran su interés de clase en materia de educación, haría falta al menos que estuviesen comprometidas en el proceso educativo: el descubrimiento de la escuela conservadora supone la experiencia previa de "la escuela liberadora". Se observa así que los estudiantes originarios de las clases medias y populares son los más sensibles a la problemática de la "democratización", a pesar de que a menudo se adhieren a los valores carismáticos que dominan la institución escolar. Pero sobre todo la experiencia de la relegación en las vías y secciones escolares más devaluadas y también el descubrimiento de la devaluación de las titulaciones conseguidas son los factores apropiados para favorecer el inicio de una toma de conciencia colectiva.

El desconocimiento de los determinantes sociales de la carrera escolar —y, por consiguiente, de la trayectoria social que ésta contribuye a determinar— confiere a la titulación académica el valor de un derecho natural, y hace de la escuela una de las instituciones fundamentales para el mantenimiento del orden social. Es sin duda en el terreno de la educación y de la cultura en el que los miembros de las clases dominadas tienen menos probabilidades de descubrir su interés objetivo y de producir e imponer la problemática conforme con sus intereses: en efecto, la conciencia de los determinantes económicos y sociales de la privación cultural varía casi en razón inversa a esta privación (como lo muestran perfectamente las tablas 26 y 27). La ideología carismática que imputa a la *persona*, a sus dotes naturales o a sus méritos, la total responsabilidad de su destino social ejerce sus efectos mucho más allá de los límites del sistema escolar: no existe una relación jerárquica que no deba una parte de la legitimidad que los propios dominados le reconocen a su participación, confusamente percibida, en la oposición entre la "instrucción" y la ignorancia.

Los principios más visibles de las diferencias oficiales (esto es, oficialmente registradas en unos estatus y en unos salarios) que se observan en el seno de la clase obrera son la antigüedad y la instrucción (técnica o general), de las que es posible preguntarse si son valoradas, sobre todo en los contra maestres, a título de garantías de competencia o como testimonios de "moralidad", es decir, de conformidad, o incluso de docilidad. La proporción de individuos que no tienen ningún tipo de titulación (o nacidos de un padre a su vez sin titulación alguna) disminuye considerablemente cuando se va desde el peonaje a los contra maestres, pasando por los obreros especializados y los obreros cualificados. Diferentes indicadores de una disposición ascética vinculada con frecuencia a la ambición de movilidad, como el porcentaje de fecundidad o la práctica de la gimnasia y de la natación, varían en el mismo sentido, así como algunos índices de buena voluntad cultural, tales como la visita a castillos y monumentos, la frecuentación del teatro o del concierto, la posesión de discos o la inscripción en una biblioteca. Sin embargo, no habría que sacar de ello la conclusión de que los trabajadores situados en la cima de la jerarquía obrera se confunden con las capas inferiores de la pequeña burguesía. Se distinguen de ella de muchas maneras y de entrada por el hecho de que se conducen como trabajadores manuales hasta en el uso que hacen del tiempo libre (el 53,9% de los contra maestres y el 50,8% de los obreros cualificados hacen pequeños trabajos en casa por lo menos una vez a la semana). Y también su solidaridad con el estilo de vida popular se manifiesta en todos los campos, en sus consumos, sus lecturas, sus distracciones y, en particular, en todo lo que afecta a la simbolización de la posición social, como es la indumentaria, en la que, a pesar de mostrarse un poco menos economizadores que los obreros especializados y el peonaje, no manifiestan la preocupación por el vestuario que caracteriza a las profesiones no-manuales, comenzando por los empleados. En resumen, todo parece indicar que entre los obreros cualificados y los contra maestres, que permanecen sometidos al principio de conformidad, y los empleados, que, al menos en pensamiento están ya en la carrera, pasa una verdadera frontera, tanto en el orden del estilo de vida como en el dominio de las tomas de posición políticas<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> Sería interesante determinar por medio de un análisis propiamente lingüístico, cómo se define esa frontera en el campo del lenguaje. Si se acepta el veredicto del "sentido social" de los encuestados, buena medida no del estatus lingüístico de la lengua utilizada por los encuestados, sino de la imagen

Los primeros se muestran mucho menos preocupados que los segundos por tomar sus distancias respecto a las diversiones y pasatiempos más típicamente populares, como las ferias o los espectáculos deportivos: el 60,4% de ellos (y el 58,2% de los obreros especializados y del peonaje) dicen que han ido por lo menos una vez a una feria en el curso del último año, frente al 49,5% de los empleados y el 49,6% de los cuadros medios; y se sabe que los obreros en su conjunto ven algo más frecuentemente las emisiones deportivas o los espectáculos circenses, mientras que los cuadros medios y los empleados ven mucho más las emisiones científicas, históricas o literarias (F. C., VII). Para unos ingresos más o menos equivalentes, los obreros, que gastan más en la alimentación, dedican una parte menos importante de su presupuesto a todo lo que tiene relación con los cuidados prodigados a la persona (vestido, higiene, peinado, farmacia) (F. C., III); en los hombres, los gastos en prendas de vestir representan el 85,6% de lo que representan para los empleados, y en las mujeres el 83,7%. Compran a mejor precio las mismas prendas (el 83%, por ejemplo, del gasto correspondiente de los empleados para los abrigos, el 68,7% para los trajes, el 83,5% para los zapatos, diferencia que resulta mucho más señalada en las mujeres) y sobre todo unas prendas de vestir diferentes: por un lado, las chaquetas de cuero o de sky y las canadienses para los trayectos en *mobilette* en las mañanas frías, por el otro los abrigos que alinean del lado de la respetabilidad pequeño-burguesa; aquí los monos o los pantalones de trabajo, allí los guardapolvos y los delantales, las chaquetas tipo deportivo, los trajes completos y los *blazers*. Los obreros cualificados, única categoría aislada en las estadísticas disponibles, se distinguen casi tanto de los empleados, aunque tengan los mismos ingresos, como el conjunto de los obreros (salvo en un punto, los gastos en materia de cine y de discos).

Sin embargo, no es en el terreno de la cultura en el que hay que buscar una distancia o una toma de distancia, salvo la completamente negativa, por defecto, respecto de la clase dominante y de sus valores: existe, por supuesto, todo lo que pertenece al orden del arte de vivir, una sabiduría adquirida a prueba de necesidad, de sufrimiento, de humillación, y depositada en un lenguaje heredado, denso hasta en sus estereotipos, un sentido de la diversión y de la fiesta, de la expresión de sí mismo y de la solidaridad práctica con los otros (evocado por el adjetivo *bon vivant* en el que se reconocen las clases populares), en resumen, todo lo que se engendra en el hedonismo realista (y no resignado) y en el materialismo escéptico (pero no cínico) que constituyen a la vez una forma de adaptación a las condiciones de existencia y una defensa contra esas condiciones<sup>23</sup>; existe la eficacia

social que del mismo pueden hacerse unos interlocutores cultivados (al ser las del uso escolar las taxonomías empleadas para clasificar los lenguajes y las pronunciaciones), se pone de manifiesto que esa diferencia está muy marcada, en efecto, entre los obreros (y también entre los artesanos y pequeños comerciantes) y los empleados: de los primeros, sólo el 42% hablan un lenguaje juzgado como "correcto", frente al 77% de los empleados (a lo cual hay que añadir el 4% de lenguaje "depurado", totalmente ausente en los obreros); de igual modo, los "acentos nulos" pasan del 12,5% al 28%.

<sup>23</sup> Los obreros, que son los más numerosos a la hora de elegir el adjetivo "*bon vivant*" para calificar al amigo ideal, son también los más numerosos —y con mucho— a la hora de decir que son dados a juzgar favorablemente a una persona a la que le gusta comer y beber bien (el 63% frente al 56% de los agricultores, el 54% de los cuadros medios y empleados, el 50% de los comerciantes y artesanos, y el 48% de los patronos, cuadros y profesiones liberales) (F. C., XXXIV). A estas características se puede añadir el gusto, ya recordado, por todo lo que constituye "el ambiente" de un espectáculo, pero también de una fiesta, de una comida, y por los que saben contribuir a ello; y también la propensión, muy marcada, a exigir a las imágenes el eternizar los "buenos momentos" de la existencia y los símbolos de la fiesta.

## Un encargado que "ha trabajado mucho para los demás"

Mr. L., 61 años, comenzó a trabajar como obrero aprendiz en la SNCF cuando tenía 14 años y medio, fue después obrero y ahora encargado se ocupa del material rodante para viajeros. Su mujer, que tiene 52 años, no ha trabajado nunca, ha realizado estudios secundarios y le gustaría encontrar un empleo. Han tenido cuatro hijos; el mayor es programador, el segundo es religioso dominico, la tercera era secretaria de dirección y dejó de trabajar a partir de su matrimonio, y el último prepara su examen final de bachillerato. Viven en Grenoble, en un piso de un inmueble de tipo HLM.

"Es muy necesario conocer las cosas..."

Mr. L. ha realizado muchos trabajos en su piso: "No tiene usted más que verlo, ahí había una habitación, aquí había otra. Dado que éramos muchos, nos veíamos verdaderamente encerrados ahí dentro; bien, he tirado el tabique, lo que hace que haya más sitio, se puede recibir a más gente, sobre todo con toda la familia (...), hay que tener sitio, sobre todo cuando vienen a casa algunos amigos de mi hijo, hace falta sitio, se baila, se juega." La mayor parte de los muebles están comprados en Túnez, donde han vivido varios años. Los chamarileros o los anticuarios "son todos unos mercachifles (...), unos tunantes", y su mujer añade: "Es muy necesario conocer las cosas (...), pero como no se tiene ninguna idea del precio de estas cosas, por eso es por lo que mi marido dice que son unos mercachifles, que le timan a uno; pueden vendernos lo falso por verdadero, y luego, vistos los precios..."

"Yo sabía encontrarle utilidad"

La casa no es "un museo"; los chirimbolos, los floreros "son nidos de polvo". Los diferentes objetos que adornan la casa son, en su mayor parte, regalos de los hijos y de los amigos, o han sido "recuperados" y todos tienen su "utilidad". Mme. L. no compra ningún objeto si "primero no le ha encontrado un sitio en la casa": "Ese florero, yo tenía necesidad de un florero, era necesario un florero porque hacían falta unas flores, y cuando me han preguntado lo que quería, he dicho 'un florero' y me lo han regalado, pero porque yo sabía encontrarle utilidad." Sus hijos "saben muy bien que no hay que comprar cosas que no van a servir para nada o que las voy a meter en un armario. Es preciso que primero tengan su sitio... Por el contrario, a mí no me gustan las cosas para guardarlas". La mayor parte de sus compras las hacen en Carrefour, Record o en las Nouvelles Galeries. "A mí no me gusta perder el tiempo viendo escaparates, yo voy a un gran supermercado donde se encuentra casi todo, donde se elige sin prisas", precisa Mr. L., que cuando está de vacaciones empieza siempre por "ir a ver el mercado": "Me intereso por el precio de lo que compro, por la calidad de las cosas que me traigo. Si se quiere comprar a ciegas, le dan a uno cualquier cosa".

"Ahora, me encantará trabajar"

Desde hace poco tiempo son propietarios de una casita en los alrededores de Grenoble, en la montaña. Esa casa, "son unos amigos —él era ingeniero— que, hace varios años, les han propuesto que la habiten. Durante tres años han trabajado mucho en ella: "Todo estaba podrido, me colé por un agujero del primer piso y me encontré en el piso bajo... No tenía tejas, el agua entraba por todas partes"; él lo ha arreglado todo y lo ha hecho todo él solo: "Ya sabe usted, yo empecé como aprendiz en los ferrocarriles, y los aprendices tienen que hacerlo todo, se hacen distintos tipos

de trabajo por períodos, tres meses en las instalaciones sanitarias, tres meses en la soldadura eléctrica... Entonces, más o menos, se conserva lo que se ha aprendido." Piensan hacer de esta casa su residencia principal: "Ahora, me encantará trabajar, ahora que la casa es mía; no trabajo ya para los demás, bastante he trabajado y bastante explotado he sido."

"Ponerse unos esquíes a los 42 años"

Le gusta "mucho el frío, la nieve, pero no el esquí": "Tengo miedo de hacerme daño. Practico un poco el trineo con mis nietos. Tengo que decir que en Túnez tuve un accidente de coche yendo con mi cuñado (...) y me fracturé la muñeca, no tiene usted más que ver en qué estado tengo esta muñeca (...), por eso es por lo que prefiero el trineo; en él voy sentado, no corro el riesgo de caerme." (Su mujer ha empezado a "ponerse unos esquíes a los 42 años" y "lo ha hecho por los niños"). "Íbamos con ellos, y no apetecía pasarse todo el día mirando en un café o balándonos en el coche.") Cuando era joven, practicaba "mucho el deporte, el fútbol".

"Sin embargo, es preciso que gusten"

Algunas veces se dedica a la cocina: "Cuando mi mujer está de vacaciones o en casa de sus hermanos y me quedo solo, entonces prefiero cocinar que ir a comer a casa de mi madre o de mis cuñadas." Su mujer, cuando quiere "darle gusto a alguien, busca un menú entre sus recetas": "Estoy totalmente en desacuerdo con mis hijos porque ellos me dicen que 'hay que hacer algo que le guste a uno'. Yo les digo que 'en la vida, a menudo se hacen cosas que de entrada no gustan y sin embargo es preciso que gusten'." "Para el vino de mesa, yo compro el vino en Carrefour, allí es más barato que en otros comercios; es de 11' y vale 1,40 francos y en botellas; el vino de 11' se suele pagar a 2,35 francos, me parece."

"Siempre hay algo que hacer"

Durante las vacaciones hacen *camping*: "A orillas del mar, nos bañamos (...), me gusta mucho coger conchas (...). En la montaña, cogemos níscales y setas si hay, cogemos caracoles si los encontramos, de verdad, siempre hay algo que hacer." Y su mujer añade que en las últimas vacaciones, su marido "estaba un poco decepcionado porque no había nada que coger (...). No quiere estar inactivo, tiene que encontrar algo que hacer, por eso es por lo que, por otra parte, se ha elegido la fórmula del *camping*, porque él no se encontraría en un hotel, en un restaurante. Mientras que en el *camping* se ocupa, por una parte, de hacer las compras, de bañarse, por supuesto, de hacer todo lo que hay que hacer. Y luego, se visita en general, en primer lugar, todos los alrededores (...). Cuando recorrimos Italia, pasamos un poco por todas partes; justamente a mi marido no le interesa demasiado lo antiguo, la arqueología. Personalmente, yo formo parte de un equipo cultural y por consiguiente estas cosas a mí sí me interesan".

"El circo, la pista al aire libre, los juegos de Guy Lux" (emisiones radiofónicas)

En la televisión, Mr. L. sigue "los partidos de fútbol, el ciclismo, el deporte en general: cuando la copa del mundo, hace dos o tres años de eso, me levantaba a la una de la madrugada, a las dos de la madrugada para ver los encuentros de fútbol". En cuanto a lo demás, no ve demasiado: "Me gusta ver una película del Oeste, eso sí me gusta; si es una película de capa y espada también me gusta. Pero si es una obra de teatro o algo parecido, entonces me duermo." Su mujer, a la que le gusta mucho ver las obras teatrales, añade que a su marido le gusta mucho "el circo, la pista al aire libre, los juegos de Guy Lux...". No va a ver personalmente los

partidos porque es "demasiado nervioso", pero lee en los periódicos "los resultados deportivos". No tiene costumbre de comprar periódicos, pero coge los diarios que dejan los viajeros; así, la víspera "recogió *Le Figaro*, *L'Aurore*, *Le Canard Enchaîné*, *Le Nouvel Observateur*": "Entre los que recoge -dice su mujer- mira sobre todo *L'Aurore*, los accidentes de carretera, los alborotos, cosas como esas, mientras que en *Le Monde* lo que mira son las cosas políticas." Mr. L. lee "novelas policíacas, Maurice Leblanc, Michel Zevaco": "Todas las cosas de capa y espada; si me caen en las manos, las leo. Si no, no les presto demasiada atención. Cuando me acuesto, en seguida cojo el periódico para poderme dormir" (su mujer, suscrita a la biblioteca del barrio, ha leído recientemente a Soljenitshin, *El pabellón de los cancerosos*, a Michel de Saint-Pierre, a Pierre-Henri Simon, y compra algunos libros cuando los "estima valiosos").

"No me pregunte los nombres de los autores clásicos"

Cuando era joven "tocaba el clarinete, luego vino el fútbol y no podía hacer las dos cosas a la vez (...), después siempre he empujado a mis hijos hacia la música porque me gusta la música". "Vivaldi está bien, es bonito como música, es atrayente y todo eso. Beethoven está bien porque es una música dulce (...). No me pregunte los nombres de los autores clásicos, aparte de Beethoven, Chopin, Bach o de tipos como éstos, pero después, los demás...". Tienen algunos discos, música de baile principalmente. Entre los cantantes, a él le gusta Sheila: "Hay dos que realmente no puedo soportarlos, la Sylvie Vartan y el Guy Béart" (a su mujer le gusta sobre todo Marie Laforêt, Les Compagnons de la chanson, Moustaki).

"Esto representa algo"

Rara vez van al cine: "Porque salir al cine cuando se tiene la tele..." cuando estuvieron en París vieron en el Châtelet "*L'auberge du cheval blanc*, *Toison d'or*, en el Mogador *Los vales de Viena*". Desde que se casaron no han visto ópera; cuando él era joven vio y le gustó Tosca, La Traviata. Con ocasión de su primer viaje a París "vieron todos los museos": "Incluso el museo Grévin, el Louvre, Versalles, el Panteón, los vieron todos una vez." "Me gusta la pintura pero no conozco a los pintores (...), oigo hablar de Goya, oigo hablar de Pirandello, de Miguel Angel, de gentes así." Su mujer, un poco molesta de verle confesar así su falta de interés, le recuerda: "¡Ah!, pero a ti te gustó Miguel Angel. La capilla Sixtina por lo menos te gustó." Entonces él añade: "Me gustan bastante esos cuadros porque representan algo. Pero cuando se ven cuatro trazos de lápiz y que la gente compra eso a unos precios locos, yo, personalmente, si me los encuentro, los tiraré a la basura... Y además, uno teme dejarse engañar."

y la vivacidad de un modo de hablar que, libre de las censuras y de coacciones que pesan sobre los modos de hablar casi escritos, y por consiguiente autónomos con respecto al contexto práctico, encuentra en la referencia común a unas situaciones, unas experiencias y unas tradiciones compartidas, el principio de sus elipsis, de sus abreviaciones y de sus metáforas; existe también todo lo que depende de la política, de la tradición de las luchas sindicales, donde podría residir el único principio verdadero de una contracultura pero donde los efectos de la dominación cultural no cesan de ejercerse, como más adelante se verá. Los que creen en la existencia de una "cultura popular", verdadera alianza de palabras mediante la cual se impone, quierase o no, la definición dominante de la cultura, no deben esperar encontrar, si van a ver lo que hay ahí, otra cosa que los dispersos fragmentos de una cultura erudita más o menos antigua (como los conocimientos "médicos") seleccionados y reinterpretados evidentemente con arreglo a los principios fundamentales del *habitus* de clase e integrados en la visión unitaria del mundo que éste engendra, y no la contracultura que ellos reclaman, cultura enfrentada a la cultura dominante, reivindicada con todo conocimiento como símbolo de estatus o profesión de existencia separada.

Si ciertamente no existe un arte popular en el sentido de arte de la clase obrera urbana, ello se debe, quizás a que esta clase no conoce otras jerarquías que aquellas, totalmente negativas, que se miden por la distancia a la miseria y a la inseguridad absolutas del subproletariado, y permanece definida fundamentalmente por la relación de desposeído a poseedor que le une con la burguesía, tanto en materia de cultura como en todo lo demás<sup>24</sup>. Lo que comúnmente se entiende como arte popular, es decir, el arte de las clases campesinas de las sociedades capitalistas y precapitalistas, es el producto de una intención de estilización que es correlativa con la existencia de una jerarquía: los núcleos aislados, relativamente autónomos, con base local tienen también su jerarquía del lujo y de la necesidad que aumentan, al expresarlos, las marcas simbólicas —vestidos, muebles, joyas—. También aquí, el arte marca unas diferencias que a su vez presupone. No es casualidad que el único campo de la práctica de las clases populares donde el estilo en sí accede a la estilización sea el de la lengua, con el *argot*, lengua de jefes, de "cañes", que encierra la afirmación de una contralegitimidad, por ejemplo mediante la intención de irrisión y de desacralización de los "valores" de la moral y de la estética dominante.

Se suele olvidar que toda la lógica específica de la dominación cultural hace que a menudo pueda coexistir y coexistir el más completo reconocimiento de la legitimidad cultural con la protesta más radical de la legitimidad política. Es más, la toma de conciencia política con frecuencia es solidaria de una verdadera empresa de rehabilitación y de restauración de la estima de sí que, pasando por una reafirmación —vívica como liberadora (lo que también es siempre)— de la dignidad cultural, implica una forma de sumisión a los valores dominantes y a algunos de los principios sobre los que la clase dominante funda su dominación, como el reconoci-

<sup>24</sup> La "carrera" que se ofrece a los obreros está vivida sin duda, en primer lugar, como el *revés* de la *carrera negativa* que conduce al subproletariado; lo que cuenta en la "promoción", junto con las ventajas financieras, son las garantías suplementarias contra la amenaza, siempre presente, de la recaída en la inseguridad y en la miseria. La *potencialidad de la carrera negativa* es tan importante para explicar las disposiciones de los obreros cualificados como lo es la potencialidad de la promoción para comprender las disposiciones de los empleados y de los cuadros medios.

miento de jerarquías ligadas a las titulaciones académicas o a las capacidades que se supone garantiza la Escuela.

Únicamente una encuesta especial podría establecer de manera indiscutible la relación que une, en el seno de la clase obrera, la posición entre las relaciones de producción, la conciencia política y la relación con la cultura. Pero se sabe, por una parte, que la proporción de los sindicados pasa del 23% en el peonaje al 29% en los obreros especializados y al 30% (de los cuales el 24% en la CGT) en los obreros cualificados, cayendo al 18% en los cuadros inferiores y en los técnicos, encontrándose debilitada la relación entre el nivel de instrucción y los porcentajes de sindicación debido al hecho de que los cuadros inferiores, más instruidos, son también los menos sindicados (véase G. Adam, F. Bon, J. Capdevielle y R. Mouriaux, *L'ouvrier français en 1970*, París, Armand Colin, 1971); y, por otra parte, que, igual que el nivel de instrucción, el conocimiento de la cultura dominante aumenta también con la posición en la jerarquía profesional. De mayor edad y con algún tiempo más de escolarización que los obreros especializados y el peonaje, los obreros cualificados y los contramaestres manifiestan una competencia cultural ligeramente superior: sólo un 17,5% conocen de nombre menos de dos obras musicales frente al 48,5% de los primeros, que se abstienen en una proporción muy alta de responder a las preguntas sobre la pintura y la música; citan con mayor frecuencia los pintores canónicos, Vinci (38% frente al 20%), Watteau, Rafael, mientras que los obreros especializados localizan casi al azar unos nombres conocidos, Picasso, Braque, Rousseau, confundiendo sin duda al aduanero con el escritor<sup>25</sup>. Y sobre todo, mientras que los obreros especializados y el peonaje admiten fácilmente que la pintura no les interesa o que la "gran música" les parece "complicada", los obreros cualificados, más sumisos a la legitimidad cultural, se reconocen con mayor frecuencia en una profesión de reconocimiento combinada con una confesión de ignorancia ("me gusta la gran música pero no la conozco" o "la pintura está bien, pero es difícil")<sup>26</sup>.

De este modo, todo incita a pensar que la fracción más consciente de la clase obrera permanece muy profundamente sumisa, en materia de cultura y de lengua, a las normas y a los valores dominantes; y por consiguiente, profundamente sensible a los efectos de imposición de autoridad que puede ejercer, incluido el terreno de la política, cualquier poseedor de una autoridad cultural sobre aquellos a quienes el sistema escolar —y éste es uno de los efectos sociales de la enseñanza primaria— ha inculcado un reconocimiento sin conocimiento.

<sup>25</sup> El 10,5% de los obreros especializados y del peonaje y el 17% de los pequeños comerciantes citan a Rousseau entre los pintores frente, por ejemplo, al 6% de los obreros cualificados, al 3% de los maestros y de los técnicos y al 0% de los cuadros administrativos medios (parece que el nombre de Braque, que se cita por el 10,5% de los obreros especializados y del peonaje frente al 4% de los obreros cualificados, es objeto de un conocimiento *ex auditu*, al haber coincidido la encuesta con la muerte de Braque, que había sido muy comentada en la televisión y en la radio).

<sup>26</sup> Los efectos de la diferencia de edad y de la diferencia de instrucción se combinan para producir unas diferencias bastante señaladas en los gustos en materia de canción, dirigiéndose los contramaestres y los obreros cualificados más bien hacia los cantantes más antiguos y más establecidos, pero también los mejor situados en la jerarquía de los valores culturales —Piaf, Bécoud, Brel, Brassens—. Mientras que los obreros especializados y el peonaje citan principalmente a Johnny Hallyday y François Hardy.

